

EGARANTİ TEKNOLOJİ ARACILIK VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ

PAYA DAYALI KİTLE FONLAMASI

FİZİBİLİTE RAPORU

Bu fizibilite raporu, Sermaye Piyasası Kurulu (Kurul)'nun III-35/A.2 sayılı Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği (Tebliğ) gereği **EGARANTİ TEKNOLOJİ ARACILIK VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ (Egaranti)**'nin ihtiyaç duyduğu **18.000.000 TL** tutarındaki fonun toplanabilmesi amacıyla yürütülecek olan kampanya kapsamında, **İFO YATIRIM MENKUL DEĞERLER ANONİM ŞİRKETİ ("STARTUP BURADA")** platformu yatırım komitesine sunulan kampanya başvurusunun platformda yayınlanmasının onaylanmasına ilişkin değerlendirme sürecinde kullanılmak amacıyla Egaranti tarafından hazırlanmıştır.

Egaranti yönetim kurulu, fizibilite raporunda yer alan bilgilerin tutarlı, anlaşılabilir ve bilgisi dahilinde eksiksiz ve gerçeği yansıttığını beyan eder; fizibilite raporunda yer alan yanlış, yanıltıcı veya eksik bilgilerden kaynaklanan zararlardan mesul olduğunu kabul eder.

UYARI:

Bu fizibilite raporu, "düşünülmektedir", "planlanmaktadır", "hedeflenmektedir", "tahmin edilmektedir", "öngörülmektedir", "amaçlanmaktadır" ve "beklenmektedir" gibi kelimelerle ifade edilen geleceğe yönelik açıklamalar içermektedir. Bu tür açıklamalar belirsizlik ve risk içermekte olup, sadece fizibilite raporunun imza tarihindeki öngörülerini ve beklentilerini göstermektedir. Birçok faktör, girişim şirketinin ve platformun geleceğe yönelik beklentilerinin öngörülenden çok daha farklı sonuçlanmasına yol açabilecektir. Özellikle kar tahmin ve beklentileri gerçekleşebilecek olandan daha iyimser senaryoları içerebilir. Yatırımcıların, girişim şirketinin ticari hedeflerine ulaşamama riskinin bulunduğu ve bu tip şirketlere yapılan yatırımların oldukça yüksek riskler barındırdığı hususlarında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

1. GİRİŞİM ŞİRKETİ HAKKINDA BİLGİLER

Ana Faaliyet Konusu

Bilgisayar programlama faaliyetleri (sistem, veri tabanı, network, web sayfası vb. yazılımları ile müşteriye özel yazılımların kodlanması vb) - Veri işleme, barındırma ve ilgili faaliyetler (veri girişi, verinin işlenmesi, özel raporların oluşturulması, depolanması, vb.) - Web portalı faaliyetleri - Tüketici elektroniği ürünlerinin bakım ve onarımı (televizyon, radyo, CD/DVD oynatıcıları, ev tipi video kameraları vb.) - İletişim araç ve gereçlerinin onarımı (kablolu telefonlar, telsizler, cep telefonları, çağrı cihazları, ticari kameralar vb.) - Diğer yazılım programlarının yayımlanması. - Diğer bilgi teknolojisi ve bilgisayar hizmet faaliyetleri (kişisel bilgisayarların ve çevre birimlerinin kurulumu, yazılım kurma vb.) - Bilgisayar, yazılım, elektronik ve telekomünikasyon donanımlarının ve diğer büro ekipmanlarının bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak toptan satışını yapan aracılar - Radyo, TV, posta yoluyla

veya internet üzerinden yapılan perakende ticaret - Her türlü yazılım uygulamaları tasarlamak, almak, satmak - Ürünlere ait garanti süresi aracılık hizmetleri.

1.1 Girişim Şirketi Hakkında Genel Bilgiler

| | | |
|-------------------------|---|--|
| Ticaret Unvanı | : | EGARANTİ TEKNOLOJİ ARACILIK VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ |
| İşletme Adı | : | Egaranti |
| Hukuki Statüsü | : | Anonim Şirket |
| Merkez Adresi | : | Kirazlıdere Mah Eski Ankara Cad. No:4/3 İç Kapı No:11 Çekmeköy/İSTANBUL |
| Kuruluş Tarihi | : | 02.11.2021 |
| Sermayesi | : | 2.849.999 TL |
| Ticaret Sicil Müdürlüğü | : | İstanbul Ticaret Odası |
| Ticaret Sicil Numarası | : | 336964-5 |
| Mersis No | : | 0325116190800001 |
| Vergi Dairesi | : | SARIGAZI Vergi Dairesi |
| Vergi No | : | 3251161908 |
| Telefon Numarası | : | 0533 597 01 51 |
| İnternet Sitesi | : | https://egaranti.com |

2. GİRİŞİM ŞİRKETİNİN KURUCULARI, YÖNETİCİLERİ VE EKİP HAKKINDA BİLGİLER

Kurucu ortaklar hakkında bilgiler

| Girişim Şirketi'nin Ortaklık Yapısı | | | | |
|-------------------------------------|---------------|--|------------------|-------|
| Adı-Soyadı / Ticaret Unvanı | Görevi/Unvanı | Kuruluştan Bu Yana Şirket Bünyesinde Üstlendiği Görevler | Sermayedeki Payı | |
| | | | (TL) | (%) |
| Kamil Kınacı | CEO | Kasım 2021'den bu yana da egaranti proje kapsamında genel yönetim, ürün geliştirme sorumlu olarak egaranti ekibine liderlik etmektedir. | 1.480.289 | 51,94 |
| Mehmet Sinan Peksoy | CMO | Egaranti proje kapsamında Kasım 2021'den bu yana tam zamanlı olarak pazarlama, ve yayılım ile müşteri ve yatırımcı ilişkileri fonksiyonlarından sorumlu olarak devam etmektedir. | 912.855 | 32,03 |
| Halil Faruk Yılmaz | COO | Web uygulamalar üzerinde tasarım ve Egaranti ile bağlantılı çalışan partner ilişkileri göreviyle Kasım 2021'den bu yana tam zamanlı olarak görev almaktadır. | 73.815 | 2,59 |

| Girişim Şirketi'nin Yönetim Kurulu Üyeleri | | | | | |
|--|---------------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------|
| Adı-Soyadı / Ticaret Unvanı | Görevi/Unvanı | Atanma Tarihi | Kalan Görev Süresi | Sermayedeki Payı | |
| | | | | (TL) | (%) |
| Kamil Kınacı | Yönetim Kurulu Başkanı | 22.08.2022 | 635 Gün | 1.480.289 | 51,94 |
| Halil Faruk Yılmaz | Yönetim Kurulu Başkan Vekili | 22.08.2022 | 635 Gün | 73.815 | 2,59 |
| Kerem Özten | Yönetim Kurulu Üyesi | 22.08.2022 | 635 Gün | 2141,741 | 0,08 |

Kurucu Ekip Üyelerinin Özgeçmişi

Kamil Kınacı

Y.K. Başkanı ve Genel Müdür

Şirket ortaklarından Kamil Kınacı, Endüstri Mühendisidir. Web uygulama geliştirme ve ön kodlama ileri düzey bilgilere sahiptir. Öğrencilik hayatı boyunca çeşitli sosyal sorumluluk projeleri ile çalışmalarına başlamış, 2018 yılında kurduğu Girişimci Okulu oluşumu halen faaliyetlerine devam etmektedir. 2019 yazında 4 aylık sürede Amerika/Newyork'ta bulunan Integrity Technologies Inc. firmasında ürün geliştirme stajı yapmıştır. HTML, CSS bilgisi ve tecrübesi ile Mayıs 2020'de Beşiktaş'ta bulunan ARF Dijital Hizmetler A.Ş. 'de tam zamanlı çalışmaya başlamış, on aylık süre zarfında yirmi'ye yakın web ve e-ticaret sitesi geliştirmiştir. Mart 2021'de Teleperformance Türkiye firmasının Dijital Dönüşüm Departmanında Ürün Yönetimi (Stajyer) rolünde görev almıştır. Ekim 2021'den bu yana da egaranti proje kapsamında genel yönetim, ürün geliştirme sorumlu olarak 10 kişilik ekibine liderlik etmektedir.

Mehmet Sinan Peksoy

Pazarlama Müdürü

Şirket ortaklarından Mehmet Sinan Peksoy, Bahçeşehir Üniversitesi İlk ve Acil Yardım programından mezun olmuştur. Eğitim hayatına Uluslararası Ticaret yüksek lisansı ile devam etmeyi planlıyor. 2018 yılında girdiği üniversite sınavında Bahçeşehir Üniversitesi'ni tam burslu olarak kazanmıştır. Okulu ile birlikte kurmuş olduğu, Eminönü'nde aktif olarak devam eden markası ve e-ticaret firması'nda firma ilişkileri süreçlerini yönetmiştir. Ürün geliştirmeye ek olarak ürün tasarımı ve satış ekipleri ile de birlikte çalışmış, satış öncesi ve sonrası süreçleri deneyimlemiştir. Pazarlama alanında ve iş geliştirme sürecinde de deneyimi bulunmaktadır. e-garanti projesi kapsamında Kasım 2021'den bu yana tam zamanlı olarak pazarlama, ve yayılım ile müşteri ve yatırımcı ilişkileri fonksiyonlarından sorumlu olarak devam etmektedir.

Halil Faruk Yılmaz

Operasyon Müdürü

Girişimci, Halil Faruk Yılmaz, Bahçeşehir Üniversitesi Mimarlık ve Anadolu Üniversitesi İşletme bölümlerinden 2021 yılının Haziran ayında mezun olmuştur. Yılmaz, Amerika, Almanya, Rusya, İtalya, Fransa, Hollanda, Azerbaycan ve Kazakistan'da bulunarak uluslararası platformlarda temsilci öğrenci olarak bulundu. 2017 yılında Rusya'nın en büyük kuruyemiş üreticilerinden ÇİKO'da stajyer olarak yazılım departmanında UI/UX Designer olarak çalıştı. Staj sürecinde Çiko firması için farklı web arayüzleri geliştirdi. Yılmaz, 2019 yılında Erasmus değişim programı ile Almanya'da öğrenim gördü. Almanya girişimcilik ekosistemi ile tanışma fırsatı bulan Yılmaz hem network genişletti hem de girişimcilik bakış açısı kazandı. Yurtdışı staj ve Erasmus deneyiminden sonra Türkiye'de Cheetah Quality markasına ortak olarak firma için gerekli web yazılım, tasarım, SEO ve satış sonrası süreçlerin otomasyonu üzerine çözümler geliştirdi. Tüm bu deneyimlerle birlikte 2021 yılı başında e-garanti iş fikrinin başlangıcında yer aldı. Faruk Yılmaz, TÜBİTAK 1512 BİGG desteği ile kurulan e-garanti, tüketicilerin garanti süreçlerini tek panelden kontrol etmeleri için, firmalara bulut tabanlı çözümler sunan web uygulama üzerinde tasarım ve partner ilişkileri göreviyle Kasım 2021'den bu yana tam zamanlı olarak görev almaktadır.

| Girişim Şirketi'nin Yöneticileri | | | | |
|----------------------------------|----------------|---|------------------|-------|
| Adı-Soyadı | Görevi/Unvanı | Uzmanlık Alanı ve Profesyonel Tecrübesi | Sermayedeki Payı | |
| | | | (TL) | (%) |
| Kamil Kınacı | İmza Yetkilisi | Yönetim | 1.480.289 | 51,94 |
| Halil Faruk Yılmaz | İmza Yetkilisi | Yönetim | 73.815 | 2,59 |

3. GİRİŞİM ŞİRKETİNİN MEVCUT VE GELECEKTEKİ ANA FAALİYETLERİNE İLİŞKİN HAZIRLANAN İŞ MODELİ KANVASI:

Değer Önerisi:

Garanti belgeleri dijitalleştiren Egaranti'nin benzersiz entegrasyon altyapısı sayesinde markalar, garanti verilerini tek bir merkezden yönetebilir ve ek garanti gibi çeşitli çapraz satışları kolayca gerçekleştirebilirler. Tüketiciler ise tek bir uygulamadan tüm marka ürünlerinin garanti süreçlerini dijital olarak yönetebilmektedirler.

Kanallar:

Üretici ve ithalatçı firmalar ile birebir görüşme - panel.egaranti.com

Play Store, Apple Store, Huawei App Gallery

www.egaranti.com.tr

Temel Kaynaklar:

API Entegrasyonları

Yazılım altyapısı

Viral etkileşim ve pazarlama gücü

Kullanıcı havuzu

Temel Faaliyetler:

Düzenli altyapı geliştirmesi

Egaranti platformunun pazarlama ve satış faaliyetleri

Ürün yönetimi

Müşteri desteği

Müşteri edinimi

Finans

Müşteri İlişkileri:

Web sitesi

Chatbot

Canlı Görüşme

Sıkça Sorulan Sorular

Youtube Videoları

Ana ortaklar:

Üretici ve İthalatçı Firmalar

Pazar yerleri

Sigorta Şirketleri

Bakım & Onarım Servisleri

Kargo Firmaları

Ödeme Kuruluşları

Reklam Platformları

Sunucu Şirketleri

Yatırımcılar

Gelir Akışları:

- B2B 'de : Kontör

Açıklama: SaaS Uygulama, Aktarım başına kredi şeklinde.

- B2C' de : Komisyon

Açıklama: Kullanıcılar, kendi hesapları üzerinden ürünleri ile alakalı bir çok farklı servise ulaşabilmektedir. Örneğin; Ek garanti, Sigorta, Yedek Parça, Buyback vs. Bu servisler üzerinden komisyonla gelir elde edilmektedir.

Maliyet Yapısı:

- Personel

- Reklam

- Ekipman

- Sunucu

Organizasyon Yapısı:

YÖNETİM EKİBİ:

- CEO (Chief Executive Officer): Kamil Kınacı
 - Şirketin genel yönetiminden sorumlu olunması
 - Stratejik kararlar alınması
 - Şirketin vizyonunun belirlenmesi
 - Paydaşlarla ilişkilerin yönetilmesi
- CTO (Chief Technology Officer): Murat Terzioğlu
 - Teknoloji alanında liderlik yapılması
 - Şirketin teknolojik stratejisinin belirlenmesi
 - İnovasyon ve Ar-Ge çalışmalarının yönetilmesi
 - Teknolojik projelerin başarılı bir şekilde hayata geçirilmesinin sağlanması
- CMO (Chief Marketing Officer): Mehmet Sinan Peksoy
 - Satış & Pazarlama alanında liderlik yapılması
 - Şirketin pazarlama stratejisinin belirlenmesi
 - Müşteri ilişkileri çalışmalarının yönetilmesi
- COO (Chief Operation Officer): Halil Faruk Yılmaz
 - Satış & Pazarlama alanında destek sağlanması
 - Partner ilişkileri çalışmalarının yönetilmesi

GELİŞTİRME EKİBİ:

- Backend Developer: Oğuzhan Erçelik
 - Sistemlerin ve veritabanlarının arkasındaki işlevlerin geliştirilmesi
 - Sunucu tarafı programlama dillerini kullanarak backend geliştirmelerinin yapılması
- Frontend Developer: Umut Keskin
 - Kullanıcı arayüzü tasarımına odaklanması
 - HTML, CSS ve JavaScript gibi teknolojileri kullanarak frontend geliştirmelerinin yapılması
- Web Developer: Kadir Taban
 - Web uygulamalarının ve sitelerin geliştirilmesinde çalışılması
 - Frontend ve backend teknolojilerini kullanarak tamamlayıcı roller üstlenilmesi
- Junior AI Developer: Mehmet Hilmi Emel
 - Yapay zeka projelerine katılması ve destek olunması
 - Mentorlar tarafından yönlendirilerek yeteneklerini geliştirecek.
- Product Designer: Özge Demirbaş
 - Kullanıcı arayüzü tasarımına odaklanması
 - Proje yönetiminde etkin rol oynanması

SATIŞ EKİBİ:

- SATIŞ TEMSİLCİSİ: Halime Bilgehan Arısoy
 - Müşteri Görüşmelerine Planlanması
 - Satış stratejileri oluşturulması

EGARANTİ nasıl bir Satış Stratejisi izleyecek?

Satış stratejisi aşağıdaki unsurlara dayanmaktadır:

Marka İşbirlikleri: Üretici ve ithalatçı firmalarla daha sıkı işbirlikleri kurulması amaçlanmaktadır. Onlara, egaranti platformunun sunduğu avantajları vurgulayarak, garanti süreçlerini daha etkin ve hızlı bir şekilde yönetmelerini sağlanıyor. İş birlikleriyle markaların Egaranti üzerinden sunduğu dijital garanti süreçlerini ön plana çıkarılmaktadır.

Eğitim ve Bilgilendirme: Potansiyel müşterilere Egaranti platformunun nasıl çalıştığını ve sunduğu avantajları anlatan eğitim materyaller hazırlandı. Bu, marka sahiplerini ve yöneticilerini Egaranti çözümü hakkında bilgilendirerek, platformun değerini daha iyi anlamalarına yardımcı olmaktadır.

Özel Teklifler: Özel teklifler ve kampanyalarla markaları Egaranti platformuna geçmeye teşvik edilmektedir. Örneğin, ilk birkaç ay ücretsiz hizmet veya belirli bir süre için indirimli fiyatlar gibi teklifler verilmektedir.

Demo ve Deneme Süreci: Müşterilere platformun işleyişini daha iyi anlamaları için interaktif demo ve deneme süreçleri sunulmaktadır.

Geri Bildirim Toplama: Müşteri geri bildirimlerini aktif bir şekilde toplanması ve bu geri bildirimleri iyileştirmeler ve güncellemeler yapmak için kullanılmaktadır. Müşteri geri bildirimleri, Egaranti platformunu sürekli olarak geliştirmeye yardımcı olmaktadır.

Pazarlama ve Tanıtım: Dijital pazarlama araçları kullanarak Egaranti platformunu hedef müşterilere tanıtılmaktadır. Sosyal medya, e-posta pazarlaması, web seminerleri ve endüstri etkinlikleri gibi kanalları kullanarak geniş bir kitleye ulaşılmakta ve devam edilmektedir.

4.GİRİŞİM ŞİRKETİNİN MEVCUT FAALİYET KONULARI, ÜRÜN VE HİZMETLER HAKKINDA BİLGİLER:

a. Firma Portalı:

API tabanlı Egaranti platformunda üretici ve ithalatçı firmalar; e-ticaret altyapılarına, pazar yerlerine ve fiziksel satış kanallarındaki CRM sistemlerini saniyeler içerisinde entegre ederek garanti süreçlerini tek bir noktada yönetimini sağlamaktadırlar.

b. Kullanıcı Uygulaması:

Garanti belgelerini dijitalleştirerek tüketicilerin garanti süreçlerini tek bir uygulamadan kolayca yönetmelerini sağlamaktadır.

2021 Kasım ayında faaliyetlerine başlayan Egaranti, 114 marka, 24 partner ve 250.000' in üzerinde kullanıcısıyla garanti süreçlerini dijitalleştirmeye devam etmektedir.

5.ÜRÜN VE HİZMETLERE YÖNELİK PAZAR ARAŞTIRMASI:

Sektör ve Pazar Analizi

2022 yılı itibarıyla, dünya çapında garanti takip yönetimi pazarı 3,6 milyar dolar büyüklüğünde ve yıllık %12,5 büyüme oranıyla hareket etmektedir. Pazarın büyümesinde etkili olan en önemli faktörler, artan müşteri talebi ve dijital teknolojilerin gelişmesi ile birlikte ürünlere verilen uzun garantilerdir. Ayrıca, pandemi döneminde dijitalleşme sürecinin hızlanması ve çevrimiçi alışverişin artması da garanti takip yönetimi çözümlerinin daha fazla kullanılmasına yol açmıştır.

Garanti Takip Yönetimi Pazarının kilit oyuncularını işletme sahipleri, yöneticiler ve bilişim teknolojileri yöneticileridir ve ürün kullanıcılarıdır. Teknolojiden temel beklenti satışı yapılmış bir ürünün satış sonrasında garanti süresince hem işletme hem de müşteri için süreç takibini kolaylaştırması ve daha efektif hale getirmesidir.

Garanti Takip Yönetimi pazarı, hızlı bir büyüme ivmesi ile büyümeye devam ediyor. Bu pazarın büyüklüğü 2022'de 3,6 milyar dolar olarak tahmin edildi. Aynı rapora göre, 2027 yılına kadar pazarın yıllık bileşik büyüme oranının %12,5 olması bekleniyor.

Pazarda karşımıza çıkan her bulgu aynı sonuçlara varmaktadır:

- Pazarda güçlü rakipler olmasına karşın hızla büyüyen bir pazar olması ve ihtiyaç çeşitliliği sebebiyle sürekli olarak yeni müşteriler oluşmaktadır.
- Gelişen teknoloji, pazar içerisinde teknoloji çözüm ortaklıklarına ve inovatif ortaklıklara mecbur kılmaktadır.
- Uzaktan satış sisteminin gelişmesiyle pazarın büyüme hızının da artması tahmin edilmektedir.
- Birçok alanda farklı ürün için uyarlanabilir bir sistem olması sebebiyle pazarın yayılma gücü yüksektir.

Rakip analizi

1. Butter Insurance:

Butter Insurance, kullanıcıların sigorta taleplerini takip etmelerine, ödeme güncellemelerini yapmalarına, poliçe yönetimini sağlamalarına ve kişisel sigorta hizmetlerine erişmelerine olanak tanıyan bir çevrimiçi sigorta platformudur. Platform kullanıcıları, tek bir web uygulamasına giriş yaparak sigorta poliçelerini görüntüleyebilir, yönetebilir, taleplerini takip edebilir ve ödemelerini güncelleyebilirler. Bu sayede, kullanıcıların sigorta işlemlerini kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirmelerine yardımcı olur.

Dezavantajları:

- Sadece perakende sektörüne odaklanmıştır.
- Ürünün kaybolma durumunda sigorta kapsamına girmememektedir.
- Sadece B2C olarak hizmet vermektedir.

2. ScalePad Lifecycle Manager

ScalePad, IT servis sağlayıcıları ve yönetilen hizmet sağlayıcıları (MSP'ler) için otomatik garanti ve sigorta yönetimi sunan bir platformdur. Platform, işletmelerin müşterilerine yönelik hizmetlerini geliştirmelerine ve ek gelir elde etmelerine yardımcı olurken, aynı zamanda donanım ve yazılım varlıklarının garanti sürelerini takip etmeyi ve yönetmeyi kolaylaştırır. ScalePad, kullanıcıların garanti sürelerini ve sigorta poliçelerini izleyebilmelerine ve yenileyebilmelerine olanak tanıyan bir yapı sunar.

Dezavantajları:

- Karışık ve anlaşılır olmayan bir arayüz kullanılmaktadır.
- Müşteri hizmetleri yetersiz kalınmaktadır.
- Sınırlı ürün sigortalama/garantileme seçenekleri sunmaktadırlar.

6.HEDEF KİTLE, ÜRÜN VE HİZMETLERİN TALEBİNE İLİŞKİN SOMUT VE ÖNGÖRÜLEBİLİR TAHMİNLER:

Tüketiciler her marka için ayrı uygulamadan garanti süreçlerini yönetmek istemiyor. İhtiyaç anında tek bir uygulama üzerinden tüm satış sonrası servislerine ulaşılabilmesi amaçlanmaktadır.

Hedef Kitle:

25 - 45 yaş arası teknoloji deneyimi ve sahip olduğu birden fazla elektronik cihazı olan tüketiciler

Toplam Pazar: 10.000 Üretici ve İthalatçı Marka

Hedef Pazar: 2.500 Üretici ve İthalatçı Marka

7.ÜRÜN VE HİZMETLERİN TEKNİK VE TASARIM ANALİZİ, BUNLARA İLİŞKİN ARAŞTIRMA, GELİŞTİRME, ÜRETİM, SATIŞ VE PAZARLAMA PROGRAMI HAKKINDA TAHMİN VE VARSAYIMLAR:

2022 ve 2023 yıllarında önemli yatırımlar ve stratejik adımlarla gerçekleştirilen ürün gelişimleri, marka anlaşmaları ve entegrasyonlar ile altyapı ve sistemlerinde yönelik yatırımlar ile şirketi gelecekteki başarıya taşıyacak sağlam bir temel oluşturulmuştur.

Yeni markaların tüm satış kanalları ile birleşimi sonucu dinamik ve hızlı bir entegrasyon süreci sağlanmıştır.

Önümüzdeki dönemde, Egaranti stratejisinin merkezine tüketicisini yerleştirerek, onların beklenti ve ihtiyaçlarına odaklanmayı planlamaktadır. Tüketicinin kalbinde yer almak, gelir modellerimizi güçlendirmek adına öncelikli hedefleridir.

Başlangıçta B2B alanında sağlam adımlar atılmış olması, şirketin hızlı büyümesine olanak tanımıştır. Şimdi ise B2C alanında, markaların gelir elde edebileceği etkileyici sistemler kurarak, marka bağlılığının artması hedeflenmektedir. Bu, hem markaların daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayacak hem de şirketin büyüme potansiyelini en üst düzeye çıkaracaktır.

8. FON KAYNAKLARI, TAHMİNİ FİNANSMAN YAPISI İLE FİNANSAL VE EKONOMİK ANALİZ:

Şirket 50.000 TL sermaye ile kurulmuş olup, geçtiğimiz yıl içerisinde başarılı kitle fonlama kampanyası ile sermayesini 2.849.999 TL'ye çıkarmıştır.. Kitle fonlaması ile alınan 2.799.999 TL fon şirketin büyümesinde, marka sayısının artırılmasında ve ürün geliştirme faaliyetlerinde kullanılmıştır.

Şirketimizin hazırlamış olduğu iş planı ile uyumlu olacak şekilde B2B kanallarında marka sayısını artırmayı, yeni hizmet kalemlerini sunmayı ve yurtdışına açılmayı planlamakta ve bu gelirlerle faaliyetlerini geliştirmeyi planlamaktadır.. Bu noktada pazarlama, büyüme ve ürün geliştirme faaliyetlerinde kullanılmak üzere alınacak yatırımların ve bunların doğru yönlendirilmesinin şirketin gelirlerine ve karlılığına ciddi etkisi olacaktır. Şirketimiz bu yatırımlarla sunmuş olduğu geniş hizmet yelpazesinin sayesinde sektöründeki lider ve en büyük pazar payına sahip olan firma olmayı hedeflemektedir. Şirketimizin finansal durumu hedeflediği büyüme stratejilerini destekleyebilecek şekilde sürdürülebilir yapıdadır.

9. FON KULLANIM SÜRESİNE GÖRE BELİRLENECEK MAKUL BİR SÜRE İÇİN SOMUT VE ÖNGÖRÜLEBİLİR VARSAYIMLARA DAYANAN GELİR-GİDER PROJESİYONU:

Bu projeksiyon, fon kullanım süresi boyunca elde edilecek gelir ve bu gelire eşlik eden giderlerin somut ve öngörülebilir bir çerçevesini sunmak üzere titizlikle hazırlanmıştır.

Gelir Varsayımları:

Gelir tarafındaki en temel varsayımlar, toplam kullanıcı ve marka sayıları ve bunların artış oranlarıdır. Bir diğer önemli unsur olarak hizmet kalemleri bazında öngörülen komisyon oranları belirtilebilir.

Bununla beraber bir diğer önemli varsayım ise müşteri muhafaza oranları ve sunulan hizmetler bazında kullanıcıların müşteriye dönüşüm oranlarıdır.

Şirket farklı kategorilerde olacak şekilde işlem bedelinin %2 ile %15 tutarında komisyon ücretleriyle çalışmaktadır. Ek olarak kontor başına saklanacak bulut çeşidine göre ve alım miktarına göre 0.25 TL ile 4.60 TL arasında değişmektedir.

Gider Varsayımları:

Gider varsayımlarında öne çıkan en temel 3 unsur vardır; i) satış ve pazarlama giderleri , ii) personel giderleri, iii) yazılım ve bilişim giderleri.

Satış pazarlama giderleri, yeni müşteri kazanım maliyetleri ve müşteri elde tutma oranlarına göre analiz edilerek ana başlıkları ile performans pazarlama ve marka pazarlaması olacak şekilde ve şirketin hızlı büyüme trendini destekleyecek şekilde 5 yıllık çerçevede projekte edilmiştir.

Personel giderleri, Yönetim tarafından hazırlanan önümüzdeki 5 yıl içerisinde planlanmış işe alımlar ve maaş öngörülerini ile hesaplanmıştır.

Yazılım ve bilişim giderleri, mevcut müşterilerle beraber yıllar itibariyle yeni elde edilecek müşteriler de göz önünde bulundurularak yeni yazılım geliştirmeleri ile beraber şirketin yol haritası kapsamında yeni ürünlerinin geliştirilmesi ve teknolojik altyapısının güçlendirilmesi üzere projekte edilmiştir.

10. FON KULLANIM YERLERİ, VARSA EK SATIŞ DAHİL HEDEFLENEN FON TUTARI, HER BİR HARCAMA KALEMİNİN MAHİYETİ VE PLANLANAN HARCAMA TARİH VE DÖNEMLERİ HAKKINDA BİLGİLER:

Bedelli sermaye artırımını kapsamında ihraç edilecek ek fonlama dahil 21.600.000 TL değerli pay karşılığı minimum 18.000 .000 TL olması beklenen sermaye artırımını gelirinden 21.600.000 TL değerli pay karşılığı minimum 18.000.000 TL olması beklenen sermaye artırımını gelirinden 2.094.000 TL ile 2.495.000 TL arasında olması beklenen masraflar düşüldükten sonra minimum 15.055.000 TL, maksimum 19.506.000 TL kaynak elde edilmesi planlanmaktadır.

Ek fonlama olması durumunda, masraflar düşüldükten sonra kalan kaynak pazarlama, personel giderleri ve IT faaliyetlerinde kullanılacaktır.

- 6.600.000 - 7.920.000 TL arası
Personel Giderleri
01.03.2024 - 01.03.2025 tarihleri arası,
- 8.200.000 - 9.840.000 TL arası
Satış & Pazarlama Giderleri

01.03.2024 -01.03.2025 tarihleri arası,

- 600.000 - 720.000 TL arası
Alet & Teçhizat Giderleri
01.03.2024 - 01.03.2025 tarihleri arası,
- 500.000 - 600.000 TL arası
Ofis Giderleri
01.03.2024 - 01.03.2025 tarihleri arası,
- 300.000 TL - 360.000 TL arası
Yatırım Danışmanlığı, Hukuk Danışmanlığı ve Finansal Danışmanlık Giderleri
01.03.2024 - 01.03.2025 tarihleri arası,
- 1.800.000 TL - 2.160.000 TL arası
Toplanan fon miktarına göre Platform Kullanım Ücreti, MKK ve Takasbank İşlem ve Hizmet Bedelleri, İhraç ve Danışmanlık Hizmet Bedeli
01.01.2024 - 01.03.2024 tarihleri arası.

11.ARAŞTIRMA, GELİŞTİRME, DANIŞMANLIK, LİSANS, PATENT, İŞÇİLİK,PAZARLAMA, DEMİRBAŞ, EKİPMAN, FİNANSMAN VE BENZERİ GİDERLER İLE DİĞER ÖNGÖRÜLMEMEYEN HARCAMALAR İÇİN AYRILAN BÜTÇE HAKKINDA BİLGİLER:

Şirketimizin maliyetleri içerisinde önemli kalemler ağırlıklı olarak IT giderleri, personel, teknik ve hukuk danışmanlık masrafları gibi operasyonel giderler ve pazarlama giderlerinden oluşmaktadır. Bu gider kalemlerinde kullanılmak üzere 2024 yılı için, pazarlama bütçesinde 350.000 TL, teknik ve hukuki danışmanlık masrafları için 200.000 TL yatırım finansmanından ek bütçe olarak öngörülmüştür. Bunlar dışında diğer genel giderler için 100.000 TL ek bütçe planlanmıştır.

12.PROJENİN BEKLENEN AMACINA ULAŞMASINI ENGELLEYEBİLECEK RİSK FAKTÖRLERİ:

12.1. Girişim Şirketine ve Faaliyetlere İlişkin Riskler

Ekip uyumsuzluğu ve ekibin motivasyon eksikliği: Ekip üyeleri arasındaki iletişimi en yüksek seviyede tutulması hedeflenmektedir. Haftada bir etkinlikler düzenlenmektedir. Ekip üyelerinin yapmak isteyip yapamadığı aktivitelerin masrafları (spor salonu, yüzme, dil öğrenme, etkinlik vb.) Egaranti tarafından sağlanarak bu aktiviteleri yapabilmeleri sağlanmaktadır.

Sermayenin Bitmesi: Öncelikle ihtiyaç dışı gider oluşturmayarak giderlerin minimum

seviyede tutulması planlanmaktadır. Bunun için ilk yatırımlar tanımlanmıştır. İhtiyaç olmadığı halde yatırım fonları, melek yatırımcılar ve vc'ler ile iletişimimizi yüksek seviyede tutulmaya devam edilmektedir. Eş zamanlı olarak devlet hibe ve teşviklerini değerlendirilmektedir.

12.2. Sektöre İlişkin Riskler

Güçlü bir rakibin çıkması: Sektörde hızlı büyüme sağlanmaktadır. Firmalarla anlaşarak güçlü bir şekilde ilerlenmektedir. Tüketici odaklı ve kolay ulaşılabilir bir konum korunmaktadır. egaranti.com domaini yapılan işi tarif eden bir domaindir. Fiyat politikası oldukça rekabetçi bir seviyede tutulmaktadır.

12.3. Paylara İlişkin Riskler

Tüm kurucular ve yatırımcılar plana dahil bir şekilde süreç içerisinde aktif olarak bulunmaktadır. Kurucu ekip tüm geliştirme süreçlerinde yer almakta ve ürünü yine egaranti ekibi kendi içerisinde geliştirmektedir. Bu yönleriyle incelendiğinde paylar üzerinde bu aşamada görülen **herhangi bir risk bulunmamaktadır.**

12.4. Diğer Riskler

Regülasyon çıkması: Bulunulan yada açılmak istenilen ülkedeki tüm hukuki şartları ve durumlar araştırılmaktadır. İlgili bakanlıkları ziyaret edilerek proje detaylarının paylaşım herhangisi bir sorun olup olmadığı öğrenilmektedir.